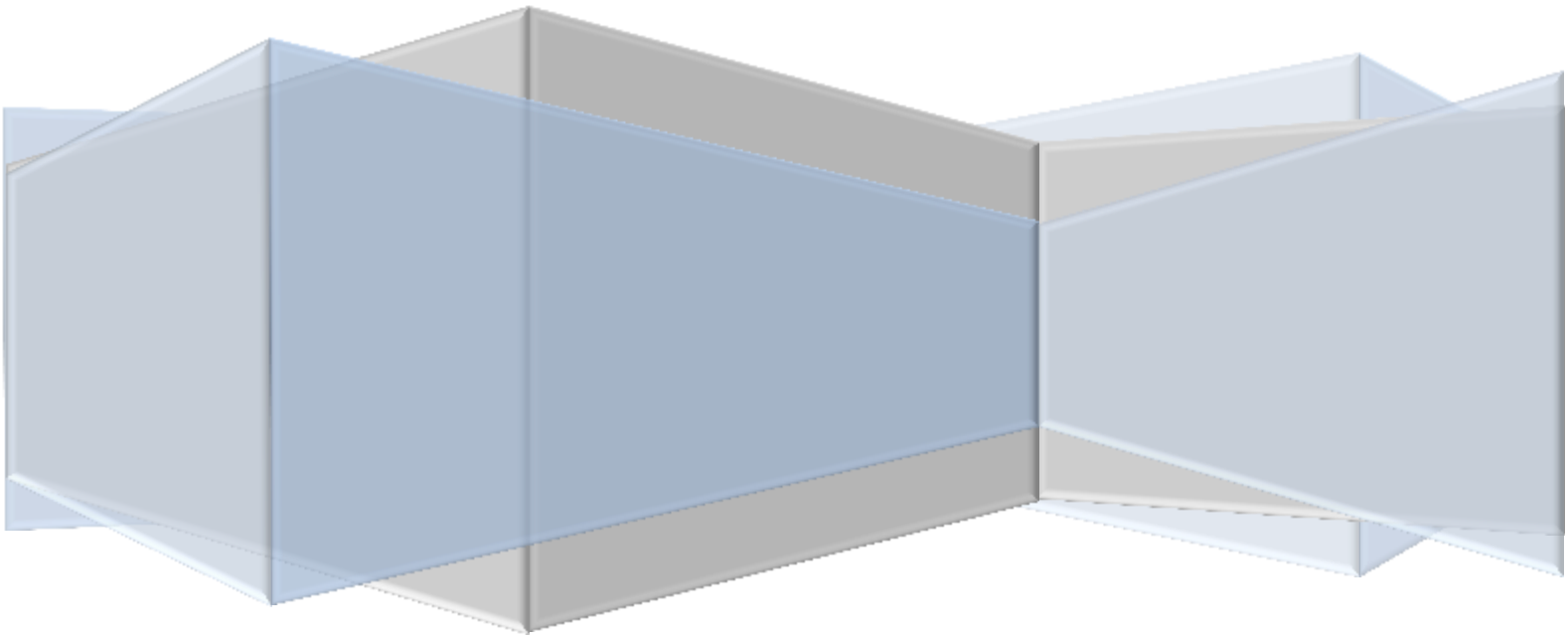
50才からのPRIDE実践成功法

尾谷昌彦



50才からのPRIDE実践成功法

■著作権について

本冊子と表記は、著作権法で保護されている著作物です。

本冊子の著作権は、発行者にあります。

本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

■使用許諾契約書

本契約は、本冊子を入手した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第2条 禁止事項：

本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを 第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

第3条 損害賠償：

甲が本契約の第２条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第5条 責任の範囲：

本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

目次

1　ごあいさつ 4
1-1　自己紹介 4
1-2　実　績 8
1-3　目　標 10
2　このレポートでお伝えしたい内容 11
2-1　ひとつの実践記です 11
2-2　PRIDEマニュアルにはない記述があります 12
2-3　年齢に応じた実践方法を紹介します 14
3　全体の作業の流れ 16
3-1　作業のリズム 16
3-2　作業のマインド 19
3-3　作業の方向性 22
4　記事を積み上げたステップ 25
4-1　「守（しゅ）」・「破（は）」・「離（り）」のステップ 26
4-2　第一ステップ 29
4-3　第二ステップ 35
4-4　第三ステップ 41
5　ワードプレスについて 45
5-1　テーマ（テンプレート） 46
5-2　スマホ対応 48
5-3　ブログタイトル 51
5-4　ヘッダー 53
5-5　レイアウト 54
5-6　SEO対策 55
6　記事について 56
6-1　マインドマップ 57

6-2　記事タイトル 58
6-3　文字数 59
6-4　記事作成にかかる時間 60
6-5　記事の構成 61
6-6　記事中の単語 62
6-7　一話完結 63
6-8　リンク関係 64
6-9　画像と動画 67
6-10　記事投稿 68
6-11　避けたい記事 69
6-12　良い記事と悪い記事 70
7　おわりに 71

１　ごあいさつ

1-1　自己紹介

こんにちは、尾谷昌彦と申します。
ハンドルネームではなく、本名です。

初めに自己紹介と、PRIDEを開始するまでの経緯を、
簡単に紹介させていただきます。

生まれ年は、戦後が終わったとされている昭和30年です。
ということで、年齢は「アラカン」の58才です。
性格は、典型的なO型人間で、自他ともに認める楽観主義者です。

兵庫県は西宮市の生まれ育ちで、現在もこの地に居座っています。
家族は、私の両親と、家内と子供二人です。
子供たちは独立して家を出てますので、今は手のかからない状態です。

学校を卒業後、大手電機会社の末節に連なる小さな会社に就職し、
そこでサラリーマン生活を、33年間の長きにわたり全うしました。

この間、およそサラリーマンが直面するであろう、
あらゆる種類の栄枯盛衰の物語を、わが身のうえに経験しました。
会社に、そして社会に育ててもらったことを感謝しています。

その歴史の中で、45才を超えたあたりから、
組織に依存することなく、独立して、自分の個を活かせる仕事を
したいと考えるようになりました。

とはいえ、そのころから仕事に対する責任が増し、
おいそれ辞めることができない状況で、滅私奉公の日々を
悶々と続けておりました。

ちょうどその頃、世の中ではインターネットが普及しはじめました。
会社では、ガバナンスやマネージメントに関わる仕事もしてましたので、
ITのインフラを作り上げようということになり、
その業務に携わりました。

またプライベートにおいても、趣味の「のりもの」で、
ネットを介した、様々な交流を始めるようになりました。
これらの経験から、インターネットの持つ大きな力を、
公私ともに実感するようになってきました。

とりわけ、SNS（ソーシャルネットワーク）の登場後は、
時代が大きなパラダイムシフト期に突入したことを感じました。

これからは組織であれ個人であれ、このネットの情報発信パワーを
活用できることが、生き残っていくための必須の条件であると
確信するようになりました。

ところがこれを、会社ベースでやろうとすると、実に難しいのです。
旧来の枠組みやしがらみから、そう簡単には脱することができないのです。
会社での仕事のありかたに、限界を感じ、葛藤する日々でした。

転機は、突然やってきました。

私の両親と、家内の両親の合計4人の親が、同時多発的に(笑)、
次から次へとダウンしたのです。

これが、私にとっての高齢化社会の始まりです。

その時は、単身赴任をしていたので、親の面倒をみることは、
まったくできていませんでした。
これ幸いとばかりに、それを理由に、2013年春に、
円満退職することができました。

親の支援や介護を行いながらでも、サラリーマン時代とは
比べものにならないくらいの、自由になる時間を得た私は、
さっそくネットで行うことのできる、情報発信型のビジネスについて、
本腰を入れて研究を始めました。

ところがこの世界の、なんと怪しいこと！

SNSを楽しんだり、買い物をする分には、まあいいでしょう。
ところが、さあビジネスを始めよう、という視点から見ると、
普通のサラリーマン社会ではありえないほどの、
胡散臭さと詐欺性が横行する、未熟な面だらけの業界であると感じました。

しかし、そのような世界だけでないことも分かってきました。
激しくメインプレーヤーが入れ替わる中にあって、
実直なビジネスを展開している人や手法もまた、
確実に芽を出してきていることも分かってきました。

そのような中で、私はPRIDEと巡り合ったのです。
PRIDEの主旨を、私は以下のように理解しました。

・価値ある情報を発信し、それが人の役に立って喜ばれる。
・世の中に貢献でき、その対価が自分への報酬となって還元される。
・継続することによって、価値は資産として蓄積され、

・上向きのスパイラルが回り始める。

この不変の原理原則は、マニュアルでも分かりやすく
書きあらわされていました。
おかげで、サラリーマンのロジックに支配されていた私の頭でも、
なんの抵抗も疑問も抱くことがなく、PRIDEのスタートを
切ることができました。

そして、わずか数か月で、サラリーマン時代の10年分にも匹敵する、
知識や技能を身につけることができました。
同時に、収益も安定して発生するようになり、現在に至っております。

1-2　実　績

私がPRIDEを始めたのは、2013年7月ですので、
現在（2014年4月）で9か月強となります。

現時点での記事数は130記事強です。
平均すると２日に１度くらいの記事投稿頻度ということになります。
最近は、1週間から10日に１度くらいの更新です(汗)

実際は、もう少し記事数はあったのですが、
ブログ全体の内容を濃くするために、
記事を統合したり削除したりしています。
なので、総記事数は停滞気味です。

このような状況下での実績ですが、昨年11月から、
月あたり10万円前後で安定しはじめ、今年に入ってからも、
ジワーっと、亀の歩みで伸びてきています。

この実績数字には、少し補足が必要です。

この10万円という実績は、完全なロングレンジ記事（
息の長いキーワードで書いた記事）だけでカウントしています。

ミドルレンジ記事（季節性のあるキーワードで書いた記事）は、
実績としてカウントしていません。
激しくPV（ページビュー；閲覧数）を乱高下させるミドルレンジ記事に
振り回されずに、自分のブログの実力を見たいからです。

アドセンス広告への、CTR（クリック率）とCPC（クリック単価）も、ロングレ

ンジの記事郡だけをピックアップしてみています。

このあたりの層別は、優れた解析ツールがたくさんありますが、
私はGoogleアナリティクスの「リアルタイム」でみています。
これは一目瞭然性に優れ、直感的にロングレンジと
ミドルレンジとの割合を知ることができます。

もちろん、過去から、いくつかミドルレンジ記事を書いてきています。
ミドルレンジの記事が、ひとつふたつとヒットを始めると、
あっという間にPV（閲覧数）が2倍とか3倍になります。

これはこれで、ブログの底力をあげてくれますので、大事なことです。
しかし、一喜一憂に振り回されてしまうのも事実です。

ミドルレンジ記事は、短期間で何万というアクセスを呼ぶので、
ひとつの記事で、収益を2～3万円くらいは押し上げてくれます。

しかし、ミドルレンジがヒットしている間は、CTR（クリック率）と
CPC（クリック単価）は確実に下がる傾向があり、
本命と考えているロングレンジ記事の実力が見えにくくなります。

よって、実績としては、「ロングレンジ記事だけで10万円」
というところを公表しておきたいと思います。

私は、ロングレンジ記事の蓄積で、ブログに資産価値を持たせたいので、
今後もこのロングレンジの実績だけを見ていくつもりにしています。

1-3　目　標

ロングレンジ記事を中心に200記事、収益にして20万円/月を
ひとつの目標にしています。

資産ブログとしての到達点として、このあたりの数字が
妥当だと考えています。
じゅうぶんになし得る数字であるとも考えています。

人によっては、早々と第二、第三のブログを展開されるケースも
あるようですが、自分というリソースが分散されてしまうので、
私にはなじみません。

一つの目標を掲げて、そこまでは愚直に進め、到達できた時点で、
次の展開を考える、という方法が、私には向いているようです。

この目標が到達できれば、次は、内容の濃い特化型の資産ブログに
挑戦してみたいと、漠然と考えているような状況です。

２　このレポートでお伝えしたい内容

2-1　ひとつの実践記です

ある一人のアラカンのおじさんがやった（やっている）実践記です。
ノウハウの解説書でもなければ、理想形の提起でもありません。

ブログの運営方法には、様々な方法があり、正解もなければ、
不正解もない。当てはめることのできる公式はないですよね。
だから、あくまでひとつの実践記として、
参考にして欲しいと思っています。

決して、この実践方法を押し付けることはしません。
むしろ、イレギュラーなこともいくつかやってきました。

一つのケーススタディとして、また読み物として、
気楽にお楽しみいただければ嬉しいです。

2-2　PRIDEマニュアルにはない記述があります

PRIDEのマニュアルは、実践者にとっては、まさにバイブルです。
私も、すべてはここからスタートしているのですが、
これをベースに少し自分の工夫を加えたところもあります。

このレポートでは、マニュアルに書かれていない部分、
というか、一歩踏み込んで、マニュアルの行間に潜んでいる意味について、
私なりに理解したことを、中心に書き進めるつもりです。

実は、これが非常に大事な視点だと感じています。
私は、記事を作成する時は、常に、ネットで検索しても出てこない内容を、
書くように心がけてきました。

もちろん、リサーチはするのですが、そこから自分が感じたこと、
導き出せたことを新たに考え出し、それを中心に書くようにしてきました。

それがスカッとできた記事は、必ず読者の支持を得ます。

ひょっとすると、PRIDEのマニュアルに反するような内容が
出てくるかもしれません。
それもまた、目標に到達するための手段はいろいろあるんだな、
といった寛容な気持ちでお読みいただければ幸いです。

また、マニュアルと重複する内容も出てくることでしょう。
それは、ほんとうに大事なことに違いありません。

同じ内容が、別の表現で出てくることもあるでしょう。
それは、切り口を変えれば、また面白く、やりやすくなる

という証左でもあるわけです。

ちなみに、日々進化するPRIDE手法について深掘りした、
良いレポートが出始めています。

たとえば、キーワードの捉え方について、であるとか、
記事タイトルの付け方について、であったり、
CTR（クリック率）について徹底的に解説されているものであったり。

とりわけ、トレンド最強軍団（という一つのコミュニティ）の
トレーナーの方や、そこで実績を出された方のレポートは、
もう、唖然としてしまうほどの素晴らしさで、
まさにノウハウのかたまりになっています。

テクニックに磨きをかけたい方は、ぜひ、そちらもご覧になることを
おすすめします。

2-3　年齢に応じた実践方法を紹介します

私は正真正銘のおじさんです(笑)
PRIDE実践者のなかでも、最年長の部類に属しているはずです。

これをネガティブに捉えるか、ポジティブに捉えるかで、
結果が大きくかわることは、容易にご理解いただけると思います。

何事にも楽観主義の私は、ポジティブに捉えました。
馬齢を積み重ねているからこそ、できることがあるのです。

たとえば、これまでに仕事を通じて学んだ経験値がたくさんあります。
子育てもしました、趣味もかじりました、持病もあります、
高齢化社会もみえてきました。
これ、全部、ブログに活かしていけるのです。

逆に、できないこともあります。
分かりやすい例をあげれば、「一日一記事書きましょう！」があります。
はい、できません！

頑張って、無理をして、夜更かししてやればできるかも知れません。
でも、それでは体力が続きませんよね。

このあたりの、実際に私が感じてやってきた、年齢相応の方法や
考え方についても、レポートの随所で紹介していきたいと思います。

誰しも、様々なプライベートな事情を抱えながらのブログ作成です。
サラリーマンにはサラリーマンの、主婦には主婦の、
学生には学生のやり方があるように、50才以上の人には、

それなりのやり方があってしかるべきです。

だから、50才以上の人で、これからPRIDEを始める人には
（広義の意味では、情報発信を始める人には)、
ぜひ参考にしてもらいたいと願っています。

また、年齢に関係なく、はじめてブログの運営をする方にも、
参考になると思います。

そして、私を乗り越えていってください。
「親の介護しながらの、あんなおっちゃんにもできたんやぁ」って感じで。
そのために、よろこんで噛まれ犬になります。

情報発信は、若い人だけの特権ではないです。
誰でも、やればできます。夢をもってやりましょう。

このようなメッセージを、同年代の人を中心に伝え、鼓舞したいのです。
後に続く人に、自信を付けてほしいのです

レポートを最後までお読みいただければ、こんなおじさんが、
わずか9か月とう短い期間で、どれだけ多くの事を学び、
そして進歩してきたかが、お分かりいただけると思います。

それは技法的なものだけでなく、考え方の根本部分まで含めて、
変化したのです。

このレポートで、私がお伝えしたいことは、実はこのあたりだったりします。
この部分を、紹介したくて書いていると言ってもいいでしょう。
しっかり吸収していただければ、これに勝る喜びはありません。

３　全体の作業の流れ

3-1　作業のリズム

最初に、作業のリズムに関して、生活面で心がけていることを、
おじさん（おばさんも含む）的観点からの箇条書きで、
紹介していきます。

楽しく続けていくためには、精神的、肉体的に良い状態を保つことが、
始めの一歩であり、もっとも重要な一歩でもあると思うからです。

■マイペースを崩さない

これは、言い換えれば無理をしないということです。

人間の身体は、50才が大きなターニングポイントで、
これを過ぎれば、物理的に無理ができないように作られています。

この自然の法則を乗り越えようなどとは、思ってはいけません。
しんどいことが続かないのは世の常ですが、50才を超えたならば、
今まで以上に、しんどい思いを避けるようにしなければなりません。

■1日の作業時間は、8時間を上限とする

まるまる1日、作業に時間が取れる日でも、
私は8時間以上PCに向かわないようにしています。

1日24時間を、三つに分けて、8時間を休息に、
8時間を自分や家族のために、そして8時間を仕事に使うことが理想です。

とりわけ、PC作業は、姿勢も悪くなりがちですし、
目も疲れるし、超運動不足状態だし。

体にとって良いことがほとんどないので、
8時間でケジメをつけることが大切だと思います。

■記事は午前中に書く

これも、自然の摂理に従った法則のひとつです。

人間は、午前中に交感神経が優位になって、
頭が冴えるようにできています。
朝食を摂って、血糖値が上がり始める頃から、
一気に集中して記事を書くのが、もっとも効率の上がるやり方です。

午前中に時間が取れない時は、早起きして、
たとえ2時間でも、朝に時間をとるようにしています。
出勤前の２時間は、ゴールデンタイムですよ。

■夜は勉強にあてる

夜は、脳と体が休息モードに入るので、記事を書いても良いものになりません。
それよりも、Googleのポリシーや、ワードプレスの使い方などの
勉強にあてるのがいいです。

学ぶことは無限にありますので、
どこかで時間をとらなくてはならないのです。
夜にリラックスしながらこの時間をとるのがおすすめです。

翌日には忘れていることもありますが、反復することにより、
徐々に頭に定着してきます。

メールを読んだり、人のブログを見たりするのもこの時間帯です。

■12時までに寝る

これも重要です。

PC作業をやりだすと、ついつい時間を忘れて、
夜更かししがちになりますが、寝不足や、不規則な生活は、
体調を崩す元凶です。

疲れを取る成長ホルモンは、12時までに寝てこそフルに分泌されるのです。
徹夜なんて、とんでもないですよ。
そんなことをすると、何日も疲れを引きずって、大損します。

若いころのように馬力で仕事をするのではなく、
体調管理で仕事の効率を上げることを意識します。

3-2　作業のマインド

続いておじさん的マインドです(笑)

■人生経験をフルに活かす

常に、自分の経験や体験から記事ができないかを発想します。
若い人のように、力技でガンガンとリサーチして、
新しい得意ジャンルを開拓していくことは、たいへんです。

それよりも、過去のリソースをひっぱり出してきて、
それに肉付けをしたり、横展開したりしたほうが、
はるかに楽なわけです。

ダテに、人生を長年やってないぞ、って感じで。

私について言えば、ここで趣味の「のりもの」や、
それを使って行くことを前提にした「観光」などを中心に、
記事を展開するようにしています。

■人生の師であることを意識する

ブログを書く限りは、自分が教える立場であることを
念頭に置いておかなくてはなりません。

さらにこの気持ちを発展させて、年齢的にも経験的も、
自分が人生の師なんだ、ということを常に意識するようにします。

ここで、いばってしまってはダメです。
かわいい子供、あるいは後輩、または部下などに、
人生の先輩として、知っていることを、丁寧に教える気持ちで、
記事を書いていくのです。

こういう気持ちが出ると、記事を後で読み返した時に、
雰囲気が柔らかくなっていることがわかります。

■同世代に共感してもらうことを意識する

一方、同世代の方に、同じ目線から訴えかけていける、
という強みがあります。
インターネットの世界では、相対的に若い人からみた価値の基準によって、
コンテンツが作られています。

私なんかは、そのようなコンテンツに鼻が白む思いをすることがあります。
そこに、年齢や経験がにじみ出ている良い記事が提供できれば、
年齢層の高い方から共感を得、信頼を勝ち取っていくことができます。

■焦らず、怒らず、諦めず

ゆったりとした気持ちで、取り組むことができるのも年の功です。

勢いのあるライバルと対抗する必要なんてありません。
あとから参入してきた若い人に抜かれても、
柳に風の精神でやりすごしましょう。

人のブログは、記事が参考になることはあっても、

PVや収益は参考にする必要はありません。
こんなものは乱高下するのですから。

焦ったり、怒ったりしても、状況が改善されることは絶対にないので、
諦めずに悠然と事を進めれば良いのです。

3-3　作業の方向性

全体の流れの中で、作業の方向が変化しましたので、
このあたりについても要点をまとめておきたいと思います。

実際の記事作成にあたってやってきたことは、この後に、
もう少し詳しく説明しますが、私のブログの全体像としては、
以下のような変遷をたどってきています。

■好きなことを書くようになった

キーワードやアクセスのボリュームから記事を作るのではなく、
書きやすく読みやすい記事を志向するようになりました。

稼ぐだけのことを考えて記事を書くのは、虚しいものです。
ウンウンと唸ってキーワードを探したり、
リサーチしたりするのに疲れた、という背景もあります。

そういう無理をせず、好きなことだけ書いても、
時間はかかれども、ちゃんと稼いでいけることが分かってきたからです。

■趣味ブログとは一線を画する

だからといって、単なる自己満足の趣味ブログになってしまわないことを、
常に意識するようにしています。

自分で、「価値ブログ」という定義を作り、そこを目指すようにしました。

趣味ブログは、自分が納得できればそれでいいのですが、
それでは価値の提供度に限界があります。

テーマは好きなことや、趣味から発展させたとしても、
ブログとしては価値ブログにならなくてはいけません。

趣味ブログ的な発想にひと手間かけて、価値ブログ化することを考えます。
すると、資産ブログができあがってきます。

■自分らしさを最優先する

好きなことを書きだすと、自分らしさも出しやすくなってきました。
たとえそれに、独断と偏見がたくさん入っていることが分かっていても、
気にせず出していくようにしています。

自分の考えをベースにして考察を深めていき、
さらに年齢なりの考察も加えていくと、オリジナリティの高い記事が、
比較的楽にできるようになってきます。

私はあまり得意ではないのですが、ギャグの上手い方は読者をつかみますね。
ユニークな発想ができる方もしかり。
これらすべて「自分らしさ」の表現です。

■ごちゃまぜブログから特化型ブログに

最初はごちゃまぜブログからスタートしたのですが、
軸足を、徐々に特化型ブログに移しつつあります。

現在の記事構成は以下のようになってきました。

・特化型記事　→　約40%
・準特化型記事（特化型と内容に関連性のある記事）→　約20%
・体験型記事　→　約20%
・その他の記事(ごちゃまぜ記事)　→　約20%

これから記事数を重ねていくと、特化型記事の比率はさらに上がりそうです。
今では、自分のブログの人気記事の上位のほとんどを、
特化型の記事が占めるようになりました。

４　記事を積み上げたステップ

ここから、実際に私がどのようなステップを踏んで、記事を積み上げてきたのかを、具体的に振り返ってみます。

これらは意図してやったことではないのですが、

今、振り返ってみると、

それなりにストーリーができているように感じます。

始めてブログを立ち上げる方の、

指針になればそれに越したことはありません。

4-1　「守（しゅ）」・「破（は）」・「離（り）」のステップ

初めに、この「守（しゅ）」・「破（は）」・「離（り）」について解説します。

この言葉は、PRIDE制作者のKTさん始め、
情報ビジネスで成功されている方が、よく例えに出されているので、
ご存知の方もおられるかと思います。

もともとは、武芸や伝統芸能の世界で使われている言葉ですが、
ブログを構築する上でも、ビジネスを構築する上においても、
考え方を当てはめていくことができます。

個別の意味は次に示すような内容となっています。

「守」

指導者の教えを徹底的に守り、正しい基本を身に付ける

「破」

正しい基本に立脚し、さらに自分独自の手法を探求していく

「離」

自分だけの新しい境地を作り上げる

私は期せずして、自分のブログの構築にあたって

このようなステップを踏んできた訳です。
これからは、さらにこのような変化が重視され、
オリジナリティを追求していくことが求められてくると、
強く感じています。

PRIDEの手法は素晴らしいものです。
それなるがゆえに、PRIDE手法のトレンドブログが、
一気に増えてきたことも事実です。

もし、PRIDEを実践する誰もが、未来永劫、PRIDEのマニュアル通りの
作業を続けたならば、ブログの個性という点において、
何ら差別化できないクローンのようなブログが、
次々と湧き出してくることになります。

それらのブログの記事内容が良ければ良いほど、
特定のキーワードで検索をかけたときに、
そっくりさんのブログが上位に並ぶことでしょう。

もし、あなたが調べたいことに関して幅広い情報が欲しい時、
トレンドブログの情報サイトだけが上位に並んでいると、
どのように感じるでしょうか。
オフィシャルサイトもみたいし、販売サイトもみたいと思わないでしょうか。

このように、顔が見えにくいブログが増えてしまう事は、
読者にとっては決して良いことではありません。

読者にとって好ましくないということは、
業界の覇王Googleにとっても、嬉しくない現象に違いありません。

どれだけ記事内容が良くても、記事内容以外の部分で、

Googleから目をつけられてしまうと、
とんでもない苦労を強いられる可能性が出てきてしまいます。

だから、PRIDEの実践にあたって、
その記事を積み重ねていく過程において、
「守」・「破」・「離」の変化が大切だと感じるようになってきたのです。

私の場合は、趣味の「のりもの」に特化していく方向をとりましたが、
方法はいくらでもあるはずです。

記事の文体をユニークなものにしていってもいいし、
デザインに方向性を持たせてもいい。
あるいは、最初から唯一無二の独自性をほこる特化型ブログで立ち上げ、
レベルをあげていくのもいいでしょう。

長いスパンで育てていく資産型ブログの構築が目的であるわけですから、
スタートはともあれ、どこかの時点で、巣を飛び立ち、
個性を表現しないと、読者に面白いと思ってはもらえないわけです。

そのような見地から、「守」・「破」・「離」について意識して欲しいし、
それができていく限り、いかなる検索のアルゴリズムの変更に遭遇しても、
微動だにしないブログができているはずです。

最初にこのことを紹介した意を、ご理解いただければ幸いです。

4-2　第一ステップ

ここから、さらに具体的に説明します。

私の場合は、この第一ステップは、期間にして最初の2か月、
記事数にして50記事くらいまでが、このステップにあたります。
まあ、最初だったので無我夢中で、
ちゃんとスタートダッシュができるようにするだけで、精一杯でした。

記事を書く練習期間であるとも言えますので、
とにかく書くことを優先しました。
誤解を恐れずに言うと、キーワードは何でもいいし、
記事の多少の優劣も気にしなくていいと思います。

最初からスーパーな記事が書ければそれに越したことはありませんが、
そんなことはできっこありません。
とにかく、記事作成はもちろん、いろいろなことに慣れることです。

更新頻度も頑張って､早くGoogleにインデックスしてもらえるよう必死でした。
とはいえ、月のうち何日かは、キーワードだけを考える日を設けてました。

毎日朝から､「さて今日は何を書くか？」と考えるのは苦痛です。
キーワードについては、ある程度ストックを持っておくと、
精神的にかなり楽です。

リサーチやマインドマップは、一度に集中してやるよりも、
小刻みにやったほうが、記事の内容は良くなります。
キーワードを先に決めておくと、これらも、少しずつできるのです。

このステップの最大の収穫は、
トレンド最強軍団というコミュニティに参加したことです。
これをなくしては、成功はなかったと断言できます。

このステップは、「守」にあたりますが、これが徹底できたのは、
ひとえにこのトレンド最強軍団の中で学ぶことができたからです。
「守」以外のことができる余裕もなかった、というのが実際のところですが。

トレーナーの方のアドバイスは、素直な感謝の気持ちをもって、
100%受け入れました。
また、自分で判断できないことは相談をし、
その結果をまたすべて守り抜くようにしました。

もちろん、PRIDEのマニュアルも、何度も読み返しました。

人に自分のブログを見てもらうということは、ほんとうに大切なことです。
見てもらい、指導してもらうことによって、進歩は加速します。

トレーナーの方々に、見てもらい添削してもらうことを意識して
記事を書くと、手抜きや妥協ができなくなります。
そのことがまた自分自身の進歩という形になって
フィードバックされてきました。

また、同時に仲間のブログを見ることもできます。
仲間のブログの、いいところと、悪いところを見分けるつもりで
見ていくと、多くの気付きや学びがあるものです。

仲間作りは、人間社会の基本中の基本ですよね。
仲間と切磋琢磨しながら、共通の目標に向かって歩んでいくということは、
すなわちリアル社会で仕事を進めるのと同じ感覚です。

これができるのが、トレンド最強軍団です。

さらに、家族や友人にもブログを見てもらうようにしました。
するとまた、トレーナーの方とは違った視点でのアドバイスがもらえるのです。

最初は恥ずかしい思いがありましたが、
これは我慢しなけば、進歩はのぞめません。

そもそも、アドセンスブログは、一人でも多くの人に、
「見てもらってナンボ」の世界です。
家族や友人に見せられないようなものは、存在価値がないのです。

このステップはまた、ワードプレスやサーバーの扱い、
あるいはHTML言語などに習熟する時期でもあります。

これらの扱いは、慣れてしまえば決して難しいものではないのですが、
始めはとにかくややこしいものです。
記事作成にも時間がかかるのですが、
少しずつでも慣れていかなくてはなりません。

ワードプレスなどの扱いで、困ったり疑問が生じた時は、
有難いことに、必ず誰か先人が同じことで悩んでいるもので、
その解決策をネット上に書いていてくれており、探せば見つかるのです。

習い、かつ、慣れる。この反復練習により、
ドーンと力が付いたことが自覚できました。

そうこうしているうちに、キーワードの選び方が分かってきました。
キーワードツールの活用方法が、分かってくるからです。

私は、複数のキーワードツールを使って、
いろいろなところから幅広くかき集めたものです。
すると、独自キーワードも思い付くようになってきました。

今はPRIDEに付属の、「トレンドキーワード抽出ツール」が、秀逸です。
キーワードツールとしての、必要な機能をすべて持ってますので、
これから始める人は、とても幸運だと思います。

反面、ライバルも、強いキーワードを簡単に見つけますので、
一工夫は必要です。

いろいろな工夫がありますが、それがすぐに思い付かない時は、
お悩み質問サイトをみて、そこから引っ張り出してくるのが確実な方法です。
付属ツールにもその機能が付いていますので、
フルに活用するのがいいと思います。

ついでに言うならば、私は、Googleのキーワードプランナーにも、
ずいぶんお世話になってます。

このツールで抽出したキーワードは、圧倒的に関連する情報量が多く、
それらを一括でダウンロードすることができます。
ダウンロードしたファイル（ｃｓｖ形式）は、
エクセル化して様々な後処理ができるので、なかなかの優れものです。

そうこうしながら、始めの１か月を乗り切ったのですが、
記事作成やワードプレスの扱いにも、徐々に慣れてきました。

この頃から、ミドルレンジのキーワードに焦点を合わせ、
これで記事を書き溜めました。

書いても書いても殆どアクセスの無い辛い時期を、
一刻も早く脱したかったからです。

幸い、年末関係の行事がたくさん控えておりましたので、
キーワードには困りませんでした。

この時に頑張って書いた記事ですが、大爆発こそありませんでしたが、
手堅いアクセスを呼んでくれて、ようやくブログとして
ヨチヨチ歩きを始めることができました。

はじめからロングレンジキーワードばかりを狙っていたら、
モチベーションが続かなかったかもしれません。
早い時期にブログの底をあげるには、
ミドルレンジキーワードは本当に有効な方法です。

でも、今となっては、このミドルレンジ記事も、
お荷物になってきているものがあります。
一年後には記事の新鮮さに翳りがみえるものも含まれているからです。

ミドルレンジ記事は、確かに爆発力はありますが、
完全放置できるものは意外に少ないと感じています。

たとえば、何かのランキング記事を書いたとしましょう。
誰々へのプレゼントランキングとか、お歳暮ランキングとか、
グルメ店のランキングなどです。

さて、二年後、三年後にもそれが通用するでしょうか。
人気のあるランキング上位商品ほど、
大きく流行に左右されるのが現実である、と思いませんか。

あるいは、あるイベントの穴場や駐車場情報について、
記事を書いたとしましょう。

イベントによっては、一年で大幅に内容が刷新されることが
少なくないですし、周辺の施設、設備なども、年単位で見れば、
ずいぶんと新陳代謝を繰り返すものです。

私が書いた記事の中でも、次にシーズンが巡ってくるまでに、
修正するか、もしくは新たに書き直したほうが良さそうなものが
いくつかあります。

今でこそ、こういうことも分かってきましたが、
この第一ステップでは、そこまで気が回りませんでした。

ミドルレンジ記事の爆発力は、この時期に利用しない手はありませんが、
私と同じ失敗をしないように、もう一歩踏み込んで、
キーワード選択されるようにしてくださいね。

単なるミドルレンジではなく、ミドル＆ロングレンジであることを、
常に問いかける習慣を身に付けたいものです。

4-3　第二ステップ

第二ステップですが、PRIDEを始めてから3か月目から半年くらいまでの間、
記事数にして50記事から100記事あたりまでがここに該当します。

PRIDEのマニュアルにも書かれていますが、まずは100記事。
ここまでが、自分のブログを作るための「準備期間」程度に
考えておいたほうが良さそうです。

このステップは、「破」にあたります。
すなわち、基本の上に、自分の流儀というか、自分らしさを模索し、
それを加えていくステップです。

その方向さえ見つかれば、記事の作成は楽になり、
情報発信を楽しむことができるようになります。

私は、第一ステップで、知らないことを必死でリサーチするのが、
ほんとうに苦しかったです。
その苦しみから逃れるために、趣味や特技を
どんどんひっぱり出してきたのです。

もし、それができずに、リサーチ中心の記事構成にしていたならば、
続けることができたかどうか、疑問です。

苦しく長いトンネルになるのが、
この50記事から100記事と言われていますが、
それはあくまでリサーチ中心でやり続けた場合で、
方向さえ見つけて、そちらを追求していけるならば、状況は一変します。

この時期に書いた記事の内容を、もう少し具体的に紹介します。

私は昔から「のりもの」が好きで、これを趣味としていました。
のりものとは、車、バイク、自転車などです。

単に乗るだけでなく、整備したり、カスタムしたり、
磨き上げたりするのも好きでしたので、まずは、
この部分を記事にしていくことにしました。

第一ステップでは、この趣味の世界はほとんど思い付かなかったのです。
というのは、あくまで趣味の範囲でやっていたことなので、
通り一遍の知識しかないため、記事にはならないだろうと、
勝手に決め込んでいたからです。

ところが、キーワードの選定が分かるようになってきて、
多くのブログ記事を見たりするうちに、自分程度の知識でも、
少し工夫して分かりやすく、面白く、オリジナル情報を入れながら書けば、
いくらでも伝えていける内容があることが分かってきました。

きっかけは、トレンド最強軍団で示される「本日のお題」でした。

そこに、あるバイクの品番が、お題として書かれていたのです。
ただのアルファベットと数字の羅列の品番ですよ。

これには驚きました。
こんなものがキーワードになるはずはないと思い込んでいたからです。

半信半疑でそのキーワードについて調べてみると、
あるわあるわ、関連キーワードがたくさん出てきました。

ネット上では、そのバイクのいろいろな側面について、
知りたがっている人が、わんさかいたのです。

自分の中で、何かがブレークした瞬間でした。

このキーワードを出してくれたトレーナーのアッキー中尾さんには、
足を向けて寝ることができません。

時を同じくして、トレンド最強軍団の錦織カイさんが、
ある欧州製の車について、猛烈に記事を書き始めました。

この方は、とてもネットセンスの良い方で、トレンドブログ開始後、
わずか数記事でアクセスを爆発させたという
素晴らしい実績を持っておられました。

彼のこの方向チェンジに、大きな後ろ盾を得た思いで、
とても勇気づけられ、自分の流儀にも自信を持って
進んでいくことができました。

この方向チェンジには、さらにいいことがありました。
それは、自分の個性がすごく出しやすくなってきたことです。
無理に出さずとも、自然に出てくるといった感じになります。

こうなってくると記事作成という作業が、苦しみから、
楽しみに変わってきます。

楽しんで書いた記事は、少々キーワードが弱くても、気になりません。
内容が楽しければ、必ず誰かが見つけてくれるのです。

楽に記事が書けることが分かった私は、趣味以外でも、

過去あるいは現在の体験を次々と記事にしていきました。

具体例を挙げると、

・行ったことがある観光地の情報
・過去に取得した資格の挑戦記
・持っている電化製品の本音レビュー記事
・自分の持病に対する対策や罹ったことのある病気の体験談
・心掛けている健康法
・親が罹った病気や、お世話になった病院の情報

までも記事にしました。

ちなみにこの親の病気については、
患者の家族の悩みに徹した視点で記事を書いているのですが、
これが良かったようで、すべての私の記事の中で、
検索エンジンからのCTR（クリック率）も、
記事内のアドセンスのCTRもトップです。

このように体験談ばかり記事にしていると、
日常生活のすべてが記事になることが分かってきます。
記事ネタさがしで、もがき苦しむこともなくなります。

主婦の方ならば、掃除、洗濯、炊事、子育て、
これら全部、良い記事にできるでしょう。

サラリーマンであれば、通勤、服装、マナー、出張、
などの職場で体験する日常のすべてが記事ネタになります。

これら、日常で体験できるすべてのことにアンテナを張り、

その感度をあげていく訓練をするのが、この第二ステップだと思います。

第二ステップでは、もう一つの側面で、スキルアップすることも重要です。
それは、この世界のかじ取りを行っている
Googleによって提供されている、ツールや情報に精通していくことです。

第二ステップのどこかの地点から、自分のブログが
Googleにインデックスされ、PV（閲覧数）が増えて、
アドセンス広告もクリックされるようになってきます。

Googleという組織に対しては、
必要以上に意識してしまうと本末転倒ですが、
必要最小限の注意をはらい、その動きを勉強していかなくてはなりません。

といっても、それほど難しいことではありません。

私は、まず、アドセンス、アナリティクス、
ウェブマスターツールをよく見てみました。

具体的には、開くことのできるリンクを、片っ端から開いていきます。
リンクは、左のサイドバーだけでなく、
画面のいろいろなところに仕組まれていますので、
とにかく全部をクリアするつもりでクリックします。

すると、「へぇー、こんなこともわかるんや！」という気付きが
たくさんありました。
それは、そのまま自分のサイトへの評価である訳ですからいやでも関心を持ってしまいます。

始めは意味がわからなくても、頻繁にみていると、

ある日それらが、頭の中で繋がってきます。
すると、気を付けるべき点が、自然に分かってくるようになりました。

これは知らないと、かなり損をしますので、ぜひ心掛けたいですね。

Googleのポリシーについても、この期間に復習したり、
新しいものをチェックしたりします。

天下のGoogleといえども、世の中の動きに呼応して激しく揺れ動き、
走りながら、呻吟しながら、新しいポリシーを作り続けていってます。
それが、正当性や納得性の有無に関わらず、
即座にこの世界のスタンダードになってしまうのです。

「知りませんでした」は、通用しないのです。
だからこそ、少し様子がわかってきたこの第二ステップで、
ちゃんと勉強する必要があるわけです。

4-4　第三ステップ

いよいよ第三ステップです。ここは、「離」にあたり、
ようやく自分のオリジナルなブログの構築を目指して、
独り立ちをしていけるステップです。
私も今、このステップの道半ばです。

記事の更新頻度は、週に1度以上を目指していますが、
実際は、かなりムラがあります。
しかし、PV（閲覧数）は減らないので、
気持ちの上ではゆとりが生まれてます。

このステップは、期間でいえば、PRIDE開始後半年以降、
記事数にすれば、100記事目以降と考えています。

私の場合は、トレンドスタイルのブログを、
少しずつ特化型に方向転回する方法を取っているのですが、
ここで、別の特化型のブログに移行するのも、
一つの選択肢かもしれません。

リスクを分散させて運営するか、リソースを集中して
ひとつのブログに注ぎ込むか、個人の判断に任せたいところです。

さて、第二ステップでは、ブログを趣味化、体験談化する方向に
振ってきたのですが、いかんせん、まだ、ごちゃまぜブログの様相を
持っています。

今はこれを、徐々に特化型ブログに軌道修正し、
オリジナル性についても、さらに高めるように奮闘しています。

トレンドブログと特化型ブログでは、自ずとその見せ方も違うため、
時間をかけながらの特化型化を、目指しています。

第二ステップでは、体験したことを記事にしてきたのですが、
第三ステップに入ってからは、記事にすることを前提に体験をする、
という流れにかわってきました。

趣味は趣味で継続しているわけですから、その趣味を楽しむ前に、
関連するキーワードなどを調べます。
すると、単に楽しむだけで終わっていた趣味が、
キーワードを中心にして深掘りできるようになり、
濃い記事の宝庫になってきます。

のりものに乗っていく旅行（観光）も好きなのですが、
事前に行き先に関するキーワードと、お悩み事を調べていくと、
多くの視点で現地リサーチをすることができます。
自分の旅行にも幅が出てきて、一石二鳥です。

趣味の世界にも、ミドルレンジキーワードはあります。
以前は、3か月先のイベントなどを、
リサーチして記事にしていたこともあるのですが、
今は、先に体験して、その後で記事にするようにしています。
すなわち、1年先のために体験談記事を作っておくのです。

この時も、1年後、あるいは2年後3年後まで
内容が古ぼけないキーワードについてのみ、記事にするようにしています。
前述した、ミドル＆ロングレンジ手法ですね。

私には、行ったこともない観光地や、体験したこともないイベントを、

リサーチだけで価値のある記事に仕立てる才能はありません。
時間がかかってもこのようなやり方が性にあっているようです。

画像や、動画も、自分で撮ったオリジナル以外は使わないようになりました。
自分の写真を使う限り、著作権や肖像権の心配からは
すべて解放されるので、楽なのです。
もちろん、これらは記事の内容を説明するのにも大活躍です。

記事中に大量に画像を入れるのは、
アドセンス広告が目立たなくなるので良くない、
という意見もありますが、そんなことは全然気にしていません。

多い時は、1記事に30枚は画像を使います。
それが読者のためになると判断すれば、枚数には制限を設けません。

読者は、アドセンス広告を見に来ているのではなく、
記事の中身を知りたがっているのですから、画像は有効な手段です。

また、イメージ画像としての著作権フリーのモデルさんの写真は
使わないようにしました。
どのトレンドブログにも、同じようなモデルさんの画像が何度も
出てくるので、いささか見飽きてしまいました。
食傷気味になっている読者も多いと予想しています。

無料のイラストも、人気のあるものは頻出しますし、
漫画チックなイラストそのものが、私のブログにマッチしないので、
一切使うことをやめました。

どうしても文字だらけになってしまう記事については、
イメージ画像ではなく、可能な限り、記事を補足して

説明できるような画像を使うようにしています。

人の動画を使うのも考えものです。
その動画にまつわるキーワードは、記事のキーワードと同じか、
極めて近いもののはずです。
となると、その動画そのものがライバルであり、
ライバルに被リンクを送るようなものです。

ひどい場合は、検索エンジンの上位に、その動画と、
その動画を使った記事が並ぶこともあります。
どちらのページも見てみた読者はどう感じるでしょうか。

私ならば、「あ、この記事、Youtubeの動画をパクッてる」と感じると思います。
滞在時間を伸ばすだけの理由であれば、
いっそイメージ動画のほうがいいかもしれないと思っているくらいです。
人の動画を見せるよりも、記事の中身を充実させることを考えたほうが
読者は喜びます。

そんなこんなの理由で、この第三ステップで目指しているのは、
ひとえにオリジナル化の推進です。

今後は、ヘッダーデザイン、レイアウト、固定ページまで含めて、
ルックス部分のオリジナル化も進めていこうと計画しています。
それは、一見PRIDEスタイルのブログから、
かけ離れたように見えるかもしれませんが、そうではありません。

PRIDEの本質を貫く、「読者に喜んでもらえるブログ」を考えた末での、
私なりの「離」であるわけです。

５　ワードプレスについて

ブログ運営を行うにあたって、避けて通れないのが
ワードプレスの取り扱いです。

インストールや設定などの技術的なノウハウについては、
PRIDEのマニュアルに任せます。
ここでは、実際にワードプレスを運用していく過程において、
私が学んだことや、感じていることをピックアップして紹介したいと思います。

ワードプレスの使い方は、ブログの目的に応じて千差万別で、
ルールはありません。
ことPRIDEに関しては、実践者が悩んだり躓いたりする部分は、
おおむね似たようなところのようですので、
情報をシェアしたいと思う次第です。

5-1　テーマ（テンプレート）

私は、無料のもの（リファインSnow２）でスタートして、
現在もそのままなのですが、どう考えても有料のもののほうが良かったです。

ある程度、記事数が増え、また、テーマに付属の
ショートコードなどを多用したりしていると、
おいそれとは変更する勇気が出ません。
早い時点で有料のテーマにすべきだったと思ってます。

無料テーマと有料テーマのどこが違うかというと、
それはデザイン性と拡張性だと思います。

必要な機能については、ワードプレスの場合、
プラグインで、ほとんどのことができるので、
こちらに依存しても大丈夫です。

でも、基本デザインだけはどうしようもありません。
本格的にCSS（スタイルシート）から作り直す実力があればいいのですが、
普通はできません。

デザインに関しては、将来自分が目指すブログのスタイルに応じて、
それにふさわしいテーマを選んでおくのが正しい方法です。

私の使っているリファインSnow２などは、
アフィリエーターご用達丸出しのデザインですし、
無料であることも手伝って、巷にうじゃうじゃとあふれかえっています。

この世界、数が増えたという単純な理由だけで、

不当に嫌われたりする理不尽な一面がありますので、
テーマ選びは慎重に行いたいものです。

賢威も、とてもSEOに強いテーマのようですが、
いかんせん、多すぎるように感じてます。

今もし、ブログを新設するならば、TCDの010か014、
あるいはElPranoなどを選択すると思います。

拡張機能については、ずばりスマホ対応の能力の違いです。
これは超重要だと感じてますので、次の項で説明します。

5-2　スマホ対応

大スマホ時代が、ものすごい勢いで押し寄せていることを実感しています。

私がPRIDEを始めたほんの9か月前は、
アクセスのプラットフォームは、PCが過半数を占めていました。

ところが、これがどんどんとスマホに押し込まれて、
今ではスマホ・タブレット軍団に逆転されています。
時間帯によっては、アクセスの80%をも、スマホが占める時があります。

これは、PCユーザーがスマホにチェンジしたこともあるでしょうが、
スマホアクセス率増加の主要因は、スマホそのもののパイが
大きくなったのだと予想しています。

まあ、当たり前ですよね。
今、ガラケーを持っている人が、機種交換するときに
再びガラケーを選ぶとは思えませんから。

ということは、これからはPC向けでなく、
スマホ向けに記事レイアウトを考えなくてはならないということです。

これをワードプレスに当てはめれば、スマホ対応していないテーマ、
もしくは対応していても、拡張性の低いテーマであれば、
土俵に上がる前から不戦敗を宣告されるようなものです。

最低でも、レシポンシブデザインのテーマでないと話になりません。
レシポンシブデザインのテーマであっても、どれだけ、
アドセンスやサイドバーがいじれるのか、

ワードプレスのプラグインがどこまで通用するのか、
そのあたりまで見極めてテーマ選定をしたいものです。

少し話が脱線してしまうのですが、記事の書き方についても、
大スマホ時代が到来したことをわきまえて、
それに応じた内容としていかなくてはなりません。

スマホユーザーが増えると、それが私たちトレンドブログの運営者に
どのような影響を与えるのか、考えてみました。

スマホが増えても、電話する人は増えません。
メールをする人も、それほどふえないでしょう。
しかし、インターネットで気軽に検索をする人は、もっと増えるはずです。

・あのレストランの口コミが知りたい
・欲しいものを探して、買いたい
・この製品のレビューが見たい
・チケットを予約したい
・テーマパークの情報を知りたい
・辞書代わりに使いたい

などなど、今よりもはるかにたくさん、
それこそ無数の検索がされるようになるでしょう。

それはすなわち、検索の上手な人が増えるということに直結すると思います。

また、ネット上で展開されているビジネスにも、敏感な人が増えてきます。
サイトの評価眼も、どんどん高まっていくと思われます。
そのような人は、知りたい情報を、確実にゲットするために、
信頼でき、売り込みもされないサイトを好むはずです。

少し前まで、携帯電話でメールを打てる人は少数でしたが、
今や老若男女、誰でもがメールを使いこなせるようになってきました。
インターネットの検索能力においても、今はボチボチの人でも、
早晩、検索の達人になってきます。

そのような中で、個性に欠けるトレンドブログのままなら、
どこまでたちうちできるのでしょうか。

ページを開いた時に、「〇〇について疑問をもったので、
徹底的に調べてみました！」であるとか「〇〇に詳しい管理人が、
あなたの代わりに調べました！」などという文言が目に入ってきたとき、
はたして信頼と共感を得ることができるのでしょうか。

私は、厳しくなると思います。
「あ、また誰かのアフィリエイトサイトだわ」と
見向きもされなくなるかもしれません。
だからこそ、ブログも個性あふれる魅力的なものにすることが
大切だと思うわけです。

増えすぎたものは淘汰されるし、変化できなかったものも、
また淘汰されてしまうのが、この世を支配する根源的な法則です。
しかし、世界中で唯一無二の、自分だけのユニークネスを発信する限り、
淘汰されることはないです。

スマホの増加には、そのような現実があることを理解し、
多岐に渡って対応が迫られることを肝に銘じたいと思います。

5-3　ブログタイトル

ワードプレスに限らず、ブログには必ずタイトルが必要です。
PRIDEブログであれば、検索エンジンに、
ブログタイトルではなく記事タイトルで検索されますので、
なんでもいいと言えばなんでもいいわけです。

しかし、どこかの時点で、自分の個性を出していくことを
前提とするならば、意味合いが変わってきます。

もし、ブログタイトルを、

・〇〇トレンド
・〇〇情報
・〇〇知識
・〇〇ニュース
・〇〇日記

のような感じのものにしてしまうと、ブログの個性は主張できません。

もちろんブログタイトルは、途中で変更することはできますが、
せっかく今まで苦労してインデックスの順位をあげてきたものが、
ご破算になる可能性が出てきます。

ならば、最初から、自分の信念なり、思いなり、
ブログの態を表すもので設定しておくべきです。
ワードプレスのインストール時には、これを決めておきましょう。

私はこの部分については、できてたつもりでした。

誰もが思い付くような名前にはしてなかったのです。

かつ、シンプルで覚えやすく、かつ、意味を明確に説明できるタイトルを
付けたつもりで、満足していました。

ところが、こと内容が特化型に振れてくると、
見当違いのタイトルになってきて、今はちょっとブルーです(笑)

完璧なブログタイトルを、スタートから使うことは理想ですが、
難しいところもあります。

でも、考えられる限り、将来を見越したタイトルと
しておくことは、ワードプレス設定時の重要事項です。

5-4　ヘッダー

ブログタイトルが表示される場所がヘッダーです。
ここのデザインは、重要なるが上に難しいと感じています。

ブログに力が付くまでは、特にデザインは必要ないと思います。
むしろ、ここが目立ってしまうと、目がチカチカしますし、
記事や、記事上のアドセンスが目立たなくなってしまいます。

しかし、ほんとうに読者に愛してもらう資産ブログにしようと
考えるならば、ブログタイトルと同様、この部分も重要です。
理由は単純なことで、ここがのっぺらぼうならば、
読者に覚えてもらえないからです。

まず一番に目に飛び込んでくるこの部分で、
「ああ、このブログ、前にも訪れたことあるわ。面白かったわ。」
と認知してもらい、そしてブックマークしてもらってこそ、
資産ブログへの道が開けようというものです。

これは、ヘッダーだけでなく、背景についても同じことが言えると思います。
真っ白の無地は、きれいですが、何の印象も残りません。
派手すぎてはそちらにばかり目がいきます。

要するにバランスが大切です。

記事数も増え、個性も出せるようになってきた時点で、
自分がもっていきたいブログの方向にマッチするように、
じっくりと考えるべき事案だと思います。

5-5　レイアウト

諸説ありますが、私は2カラムに落ち着きました。
理由は、記事を読みやすくするためです。

3カラムだと、どうしても記事の後半で、
細長い中央部分だけが見えてきて、スカスカの印象がぬぐえません。
それよりも、2カラムで、画像や表を分かりやすく、
大きくしたほうが、よほど読者のためです。

また、サイドバーに置く情報には、節度と限度があります。
せいぜい、カテゴリーと人気記事、過去記事といった、
自分のブログのサブコンテンツを置く程度にとどめるのが良いでしょう。

サイドバーに広告をベタベタ貼るのは、
ブログの品格を落としますので、やらないほうがいいと思います。
私は、リンクユニットも全部外しました。

表示できるものの内容から考えると、
両袖にサイドバーを置く必要を感じません。
ならば、すっきりと2カラムとして、
記事内容勝負とするのが、潔くて好きです。

5-6　SEO対策

ある程度SEO対策が考慮されているテーマ（テンプレート）を
使っているのであれば、SEO対策というものは不要ではないでしょうか。

情報商材販売者用に作られたテーマによっては、
h1タグやh2タグが固定されてしまい、SEO上、不利になることが
あるようなので、使わないようにしたほうが良さそうです。

テーマが、よほどおかしなものでない限り、
ワードプレス上での対策はしなくても大丈夫というのが、
定説になりつつあります。

私は、ほとんど何もしていません。
数少なくやっていることと言えば、
カテゴリーやタグのアーカイブページに、
重複コンテンツ防止のための、noindexメタタグを付けている程度です。

意図的なSEO対策は、賢いGoogleが簡単に見破ってしまうらしいので、
逆効果を恐れるべきことのように思います。

最大のSEO対策は、良い記事を書くこと以外にないわけですから、
こちらにエネルギーを注ぐのが正解です。

６　記事について

最後となりましたが、私が記事を作成するにあたって
意識していることを、簡単にまとめておきます。

これも、正解を書いているわけではなく、
ひとつの実施例として参考にしていただければよいかと思います。

6-1　マインドマップ

これは記事作成に先立って、必ず作ってます。

とはいえ、それほど大仰なものではありません。
普段は紙ベースでやっており、キーワードを中心にして、
関連項目を書き足してます。

マインドマップというよりか、QC七つ道具のひとつ、
特性要因図（魚の骨のような形）に近いものです。

キーワードによっては、紙ベースでは手狭になるので、
マインドマップのフリーソフトを使います。
FreeMindやXmindなどが、使いやすくておすすめです。

このレポートの作成においても、マインドマップを
３日間ほどかけて作ってから、書き始めました。

マインドマップを作るのはたいへんなのですが、
時間をかけて何回も積み重ねていくようにすれば、
良いものができあがってきます。

マインドマップがそこそこできれば、章立ても自然にできてきます。
すると記事が書けるようになります。

PRIDEのマニュアルにもある通り、
マインドマップの効果は絶大ですので、これをやらない手はないです。

6-2　記事タイトル

記事タイトルの付け方は、人それぞれのようですが、
一番大切なことはタイトルと記事内容がちゃんと合っていることです。
ここさえ押さえればいいと思います。

私は、キーワードを決めたら、まず最初に、
そのキーワードを盛り込んだ記事タイトルを作ります。

一応、強いキーワードから順番に並べて作ります。
次に記事を書き、書き終わったら、もう一度記事タイトルを見直し、
書いた記事の内容に、より合致するように考え直します。
この時にキーワードの順番が逆転したりしますが、
記事内容を分かりやすく言い表すことを重視しています。

キーワード同様に、注意をするのが、
出だしの数行にあたるリード文の内容です。
ちゃんとした記事タイトルで、
記事を上位に表示させることができたならば、
あとの勝負はここで決まるからです。

考えようによっては、リード文は記事タイトル以上に重要な部分です。
記事タイトルを考える時に、この部分も、セットで考えるようにしています。

6-3　文字数

私の記事の平均の文字数は2500文字で、
この前後がちょうどいいと感じています。
普通に分かりやすい記事を書けば、
どうしてもこれくらいの文字数になるはずです。

マックスは5000文字です。
これを超えるような場合は、記事を分けるか、
あるいは目次を作って、ジャンプできるようにしています。

ミニマムは1500文字で、これ以下であれば、
どうしても内容を薄く感じてしまいます。
また、記事中のアドセンス広告の間隔も狭まってしまうので、見栄えも良くありません。

6-4　記事作成にかかる時間

これは、まちまちなのですが、
平均すると４～５時間はかかっていると思います。
最近では、数日かけて、少しずつ画像や、マ
インドマップを準備することが多いので、もっとかかっているかもしれません。

書き始めると、２時間くらいで書けます。
あとは、文字装飾を施したり、見直したりするのに、
１時間くらいでしょうか。

早い人は、30分でリサーチから投稿まで、できるそうですが、
私には想像ができません。
ちなみに、最短記録でも、１時間半（トータルで)、かかってます。

6-5　記事の構成

原則は、起承転結が整っていることですが、ここには、
あまりこだわっていません。
私の場合は、手順を追ってノウハウを解説するような記事が多いので、
ある時は取扱説明書のようになったり、
またある時は、箇条書きになったりしています。

書く記事の内容によって、構成が変わることは自然なことです。
時には、起承転結の枠を超えて、様々な様式を工夫することは、
オリジナリティの演出にとても効果的だと思います。

6-6　記事中の単語

これは、難易度のレベルに、相当幅があります。
ターゲットによって、選ぶ単語を、使い分けしているからです。
オタクな記事には、オタクな専門用語を使わないと、
説明できないようなことも多いです。

学校で習うようなことについては、小学校６年生が理解できるように、
平易な言葉を使うようにしています。

特化型の専門的な記事であっても、意外にターゲットとした
属性以外の読者も来ているもので、
最低限の読みやすさは確保するように心がけています。

6-7　一話完結

他の人のブログで時々見かけるのですが、
「以前、〇〇のお話をしましたので、今日は◇◇の話をしましょう」
であるとか、「次回は、〇〇について解説しますので、ご期待ください」
のような記述がありますが、果たして読者は覚えているものなのでしょうか。

残念ながら、読者は私たちが期待するよりはるかに、
薄情なのです。

どれほど特化型が進展しようが、記事を横展開していようが、
一話完結が読みやすいと思います。
セットとなる記事にリンクを張るのもいいのですが、
これはあまりクリックされないものです。

基本は一話完結で、
それだけで、読者に満足してもらうことだと思っています。

6-8　リンク関係

まず、記事内から外のサイトに飛ばす外部リンクですが、
これをたくさんつけると、SEO上弱くなるという定説があります。
が、私はあまり気にしていません。

外部リンクが、読者のためになり自分の記事の
補助や補足をしてくれるのであれば、普通に付けています。

ただし、別Windowで開くようにだけは配慮しています。
出て行った読者が、帰ってこないのであれば、
それは自分のブログに力がなかったということで、あきらめます。

アフィリエイトリンクですが、原則はつけません。
原則は付けませんが、時々は付けてます。

その判断基準は、付けることが読者のためになるかどうかです。
ほんとうに記事とアフィリエイトリンクの内容がマッチしていて、
読者の理解を深めるものであれば、堂々と付けます。

比較的アフィリエイトリンクをつけやすいのは、
価格情報を知ってもらう為のまとめページ（オークションページなど）や、
商品のバリエーションを見てもらう為のページです。

自分が持っていて（あるいは使っていて）、
ほんとうに良いと感じている商品については、
その旨の解説や画像付きで、付けることができると思います。

読者は、日々、賢くなってきているので、

ひとつでもまずいアフィリエイトリンクがあると、
売りつけられた感を持ち、いっきにトーンダウンしていると考えられます。

個人的には、ランキング記事などでアフィリエイトリンクを付けるのは、
かなり具合が悪いことだと思います。

売りたいがためのアフィリエイトリンクや、
クッキー稼ぎのアフィリエイトリンクは、
よほど上手くやらないと逆効果のほうが大きいのではないでしょうか。

さりげなく商品を紹介するのは、難しいですね。
難しいことは避けておきたいという気持ちです。

自分のサイト内への内部リンクは、かなり張り巡らせています。
これも程度ものだとは思うのですが、ユーザビリティが向上するならば、
一記事に数個程度ならば許容範囲と考えています。

SBM（ソーシャルブックマーク）からの被リンクですが、
最初はやってましたが、ブログに力が付いた時点でやめました。
記事へのタグ付けも同じ時期に止めてます。
特に必要を感じなくなったからです。

当初は、楽天ソーシャルニュースへの記事インデックスが
早くて喜んでましたが、よくよく考えてみると、
これは自作自演の被リンクですよね。
Googleに嫌われることはあっても、好かれることのない演出です。

自分のサイトへのリンク数は、ウェブマスターツールで確認できます。
そこに自作自演のリンクがたくさん含まれていると、
実力が判断しづらくなります。

そういう意味においても、被リンクゲットは、
適当な時期で切り上げるのがいいと思います。

6-9　画像と動画

小保方晴子さん、大変でしたね。
でも、これって他人事ではなくなる日が、
刻一刻と近づいていると思いませんか。

写真などの画像については、ウェブ上に無数にあるものから
同じものを瞬時に探し当てるソフトなどがあるようです。

ということで、著作権については、一層の注意が必要になってきました。
著作権フリーの画像を使うか、オリジナル、
すなわち自分で撮影したものを使用するか、
このふたつが安心できる方法です。

私は、自分で撮ったものを使うようにしています。
自分で撮った写真には、サイトのURLをクレジットとして入れ込んでます。
こうしておくと、万が一、悪質な無断使用をされた時にも、
権利を主張しやすいです。
まあ、そこまでのこともないとは思うのですが、
クレジットを入れることにより、読者の信用が高まるのがいいですね。

6-10　記事投稿

でき上がった記事をすぐに投稿するのではなく、
翌日に投稿するようにしています。
達成感を得るために、すぐに投稿したい気持ちはあるのですが、
グッと我慢します。

一晩寝ると、必ず何らかの気付きがあります。
すぐに投稿すると、安心して、頭がきりかわってしまうのです。

PRIDEを始めた頃は、「毎日、一記事投稿！」というプレッシャーが
あったのですが、長い目でみれば、投稿日時は
ほとんど気にする必要がないものです。

記事は作品です。作品を世に出す前に、
念入りにチェックできる方法が、翌日投稿です。
かなり効果がありますので、お試しください。

6-11　避けたい記事

記事の内容を濃くすることが、難しいと感じているジャンルです。

・医療や薬の効能に関する記事
・投資や、金融に関する記事
・美容系の記事
・人の人生に大きな影響を与える可能性のある記事

実際のところは、上記のジャンルに関する記事はかなり多くて、
知識のある方にとっては、記事が書きやすいかも知れません。
しかし、こと、人の健康や財産に影響を及ぼす可能性のある記事は、
もしものことを考えれば避けておいたほうが無難です。

どうしても書くのであれば、自分の体験を披露する程度に
とどめるのがいいと思います。
私もそのようなからの記事は、数点あって、わりとアクセスも呼んでます。
でも、それは単にアクセスの母数が多いから来ているだけで、
記事の内容が濃くて来ているのではないです。

今後、私は、この手のジャンルの記事を書くことはないと思いますが、
書きたい方については、内容を十分に吟味されてください。
本当にオリジナルで濃い内容になったか、何度も自問してください。

また、この手のジャンルの記事だけで、ブログを膨らませることは、
危険が伴います。
コンテンツ全体の価値が低いと、Googleに判断されるかも知れないからです。
今後ますます、注意が必要になってくると予想してます。

6-12　良い記事と悪い記事

最後になりましたが、
自分で判定できる記事の良し悪しについて触れておきます。
これもまた、今までの私の経験の範囲内でのまとめですので、ご参考まで。

良い記事

・気持ちよくノビノビと書けた実感がある
・自分で自分の記事を面白いと感じる
・記事内容が頭に入っており、いつでも人に説明できる

このような記事は、少々キーワードが弱くても、
時間が経てば静かに離陸してくれます。

悪い記事

・苦しみながらクロージングした
・投稿後、数日で内容を部分的に思い出せなくなっている
・いつまでも、心にひっかかり、疑問が払しょくされない

これらは、たとえアクセスが来ても、
ブログの信頼度アップには繋がっていないような気がしています。

７　おわりに

お疲れ様でした。
最後まで読み進んでいただき、ありがとうございます。
ここまで、私がPRIDEを始めてから現在に至るまでの
９か月間にやってきたことをまとめてみました。

これから始める人には、少し分かりにくい言葉がでてきたかもしれません。
でも安心してください。
私も9か月前までは同じ状態だったのですから。

たった、9か月ですよ。
ぼんやり過ごしてしまうと、あっという間の期間です。
しかし、ひとつのことに集中すれば、私のようなおじさんでも、
一生お金に困らないだけのスキルを身に付けることができるのです。

PRIDEには、それだけのポテンシャルがあります。
そのポテンシャルを自分流にカスタムすると、
これまた新たなポテンシャルが付加されてくるのです。
そのことを知っていただきたくて、このレポートの作成も頑張りました。

私はPRIDEとの出会いで、人生が変わりました。
あなたにも同じ感動を、味わってほしいと願っています。

最後になりましたが、PRIDEを生み出してくれたKTさん、
多くの困難を乗り越えて、
私たちにPRIDEを届けてくださったもりりんさん、
お二方には、言葉にできないほどの感謝の気持ちを持っております。

そして、親身になって指導をしていただいた、
トレンド最強軍団のトレーナーの方々、
励ましあい、力を貸してくれた仲間たち、
さらに、ブログを読んでくれた読者の方々、
そしてこのレポートを手に取っていただいた、あなた。

ほんとうに、ありがとうございます。

皆さんに心から、お礼を申し上げることによって、
このレポートをしめたいと思います。

ありがとうございます。

尾谷　拝